



A GLOBAL
TOBACCO
INDUSTRY
WATCHDOG

MANIPULASI HARGA OLEH INDUSTRI ROKOK UNTUK MENJERAT KONSUMEN

Laporan Terkini Merekam Berbagai Taktik Industri Rokok dalam Menghalangi Kenaikan Cukai Rokok Yang Dirancang untuk Mengurangi Jumlah Perokok

(New York, Amerika Serikat dan Bath, Inggris, 20 Februari 2023) - Perusahaan rokok menggunakan berbagai strategi harga untuk meringankan dampak cukai rokok, demikian laporan terkini dari [STOP](#), organisasi global pengawas industri rokok. Laporan yang bertajuk [The Price We Pay: Six Industry Pricing Strategies That Undermine Life-Saving Tobacco Taxes](#), adalah laporan pertama yang menggabungkan hasil riset terhadap taktik industri di negara-negara berkembang dan membandingkannya dengan taktik yang diterapkan di negara-negara yang lebih sejahtera. Laporan tersebut mengungkap berbagai contoh dari hampir 30 negara, termasuk Bangladesh, Meksiko, Pakistan, Turki, Inggris, dan Indonesia yang baru-baru ini memberlakukan kenaikan cukai rokok.

Beberapa strategi yang dibahas secara rinci dalam laporan tersebut termasuk antara lain:

- **"Differential Shifting":** *Overshifting*, yaitu menaikkan harga satu kemasan rokok jauh di atas tingkat kenaikan cukai, tetapi dalam batas yang masih bisa ditoleransi oleh konsumen, sehingga menghasilkan keuntungan lebih besar bagi perusahaan rokok. Strategi lain adalah *undershifting*, di mana perusahaan rokok menanggung sebagian kenaikan cukai dan tidak menekenakannya kepada konsumen jika kenaikan harga mungkin mendorong perokok untuk mengurangi konsumsi atau berhenti merokok. *Differential Shifting* adalah strategi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan rokok, menurut riset yang ada, dengan mengkombinasikan *overshifting* di negara-negara yang lebih makmur dan *undershifting* yang lebih umum diterapkan di negara-negara berkembang. Perusahaan rokok mungkin juga menerapkan kedua strategi di negara yang sama, dengan menaikkan selisih harga antara produk premium dengan produk hemat.
- **Membuat merek baru**, varian baru, segmen atau produk baru, seperti mengeluarkan merek produk baru yang lebih murah, untuk menjaga agar harga tetap rendah
- **Memanfaatkan diskriminasi harga dan promosi** misalnya dengan menjual produk yang sama dengan harga yang berbeda ke kalangan konsumen yang berbeda
- **Price smoothing** - memberlakukan kenaikan cukai secara bertahap, dalam jangka waktu tertentu, sehingga konsumen tidak terlalu memperhatikan kenaikan harga dan menurunkan kemungkinan mereka mengurangi konsumsi atau berhenti merokok
- **Mengadopsi shrinkflation** - menyamarkan kenaikan harga dengan mengurangi jumlah rokok dalam kemasan atau mengurangi ukurannya,
- **Mengubah atribut produk atau proses produksi** misalnya dengan membuat *cigarillos* yang mirip rokok, jika produk tersebut dikenakan tingkat cukai yang lebih rendah.

Cukai rokok merupakan elemen penting untuk menurunkan beban akibat konsumsi rokok, namun hanya bisa berhasil jika konsumen merasakan dampaknya dalam bentuk harga yang lebih tinggi.

Perusahaan tembakau dapat menggagalkan strategi tersebut dengan menyerap kenaikan cukai untuk mempertahankan harga yang rendah dan menjaga pangsa pasar. Diperkirakan 80 persen perokok di seluruh dunia berada di negara-negara berkembang, di mana selisih antara harga rokok termahal dan termurah lebih besar secara umum dibandingkan dengan negara-negara yang lebih makmur. Secara rata-rata, harga rokok di Afrika - benua dengan tingkat konsumsi rokok terendah di dunia yang sekarang menjadi target pertumbuhan industri rokok - termasuk yang termurah di dunia.

"Perusahaan rokok mempunyai kekuatan harga dan profitabilitas yang signifikan. Laporan ini menyoroti bagaimana industri rokok menggunakan harga sebagai senjata untuk membuat orang tetap mengonsumsi produk rokok yang adiktif dan mematikan ini," ujar Dr. Rob Branston, salah satu penyusun laporan, yang menjabat sebagai Associate Professor in Business Economics di University of Bath School of Management, yang merupakan bagian dari Tobacco Control Research Group. "Pesan utama dari laporan ini adalah bahwa industri rokok mengeksploitasi kompleksitas apapun yang terdapat dalam sistem cukai. Hal ini menyebabkan manfaat kesehatan kemungkinan terbesar dapat diperoleh dengan cara memberlakukan cukai dan harga tembakau yang tinggi, terutama jika tarif tersebut diterapkan secara konsisten di berbagai kategori produk rokok dan dengan menghapuskan penjualan rokok batangan (*single stick*) di pasar.

Di beberapa negara seperti Bangladesh, Indonesia, Kolombia, serta beberapa negara di Afrika yang disebutkan di dalam laporan tersebut, termasuk Botswana, Zambia, Mozambique dan Ethiopia, dijualnya rokok secara batangan memperumit kondisi pasar. Rokok batangan memberikan peluang kepada industri untuk melancarkan gelombang kedua taktik permainan harga, yang mungkin berbeda atau sama dengan strategi harga rokok bungkus. Kenaikan cukai rokok batangan cenderung diserap - *undershifted*, mungkin untuk memberikan harga yang lebih murah kepada konsumen dan mempertahankan kebiasaan merokok. *Overshifting* teridentifikasi dilakukan di Kolombia, yang mungkin terkait dengan naiknya permintaan pasar dari konsumen yang berpindah ke rokok kemasan batang saat harga kemasan kotak naik, sehingga mereka tidak perlu berhenti merokok. Bukti-bukti anekdotal mengindikasikan bahwa industri rokok memanfaatkan saluran-saluran informal untuk mengaburkan taktik permainan harga dan memastikan produk mereka terjangkau oleh kalangan anak muda dan konsumen yang terpengaruh oleh harga.

Pemerintah dapat mencegah manipulasi industri

Laporan ini merekomendasikan tindakan-tindakan yang dapat diambil pemerintah untuk menghentikan upaya perusahaan tembakau mempermainkan harga sebagai senjata pemasaran. Beberapa rekomendasi yang diberikan antara lain:

- Melarang taktik promosi berupa diskon;
- Membatasi berapa kali perubahan harga dapat dilakukan oleh industri untuk melawan *price smoothing*;
- Mengatur secara spesifik jumlah produk dalam kemasan untuk mencegah *shrinkflation*;
- Menyederhanakan tarif cukai antara produk-produk serupa dan membatasi jumlah merek yang boleh dibuat oleh perusahaan tembakau untuk mencegah konsumen bergeser ke merek yang lebih murah;
- Menerapkan kenaikan cukai yang lebih tinggi sehingga manfaat kenaikan harga dinikmati oleh pemerintah, bukan industri;
- Menghapuskan penjualan rokok batangan, yang membuat rokok lebih mudah diakses oleh anak muda dan kelompok-kelompok konsumen lain yang sadar harga;
- Mempertimbangkan penentuan harga rokok secara langsung untuk menyingkirkan pengaruh industri.

Penyusun laporan Dr. Zaineb Sheikh dari Tobacco Control Research Group di University of Bath berkomentar: "Tujuan perusahaan rokok adalah menjaga keseimbangan antara kenaikan

penghasilan dengan tingkat pangsa pasar. Dan yang paling utama - membuat anak muda tetap terjerat sehingga mereka bisa terus meraih keuntungan. Tidak banyak pertimbangan terhadap kesehatan masyarakat sehingga inilah yang harus didahulukan pemerintah daripada kepentingan bisnis industri yang sempit."

Laporan terkini dapat diakses melalui <https://exposetobacco.org/resource/tobacco-taxes/> . Silakan kunjungi juga <https://exposetobacco.org/id/pajak-tembakau/> untuk melihat ringkasan laporan ini Dalam Bahasa Indonesia.

Silakan hubungi [kantor pers STOP](#) untuk mendapat informasi lebih lanjut, atau untuk memperoleh keterangan dari juru bicara STOP.

Tentang STOP (Stopping Tobacco Organizations and Products)

STOP adalah organisasi global pengawas industri rokok yang memiliki misi untuk mengungkap strategi dan taktik industri tembakau yang merugikan kesehatan masyarakat. Terdiri dari jaringan organisasi akademis dan kesehatan masyarakat, STOP meneliti dan memantau industri tembakau, berbagi informasi untuk melawan berbagai taktik industri, serta mengekspos pelanggaran yang dilakukan industri tembakau kepada audiens global. STOP mendapat pendanaan dari Bloomberg Philanthropies sebagai bagian dari [Bloomberg Initiative to Reduce Tobacco Use](#). Untuk informasi lebih lanjut, kunjungi situs web exposetobacco.org.